

сборной России, или продолжать работать с группами, которые приносят стабильно высокий доход.

2) Сложности во взаимодействии в рамках системы «тренер-спортсмен». Спорт – социальная сфера, имеющая иерархию, которую поддерживает дисциплина – подчиненность спортсмена тренеру. Однако в спорте высших достижений спортсмены – сформированные личности, имеющие многолетний спортивный опыт, поэтому и взаимодействие с ними должно быть выстроено на основе диалога, а не принуждения. Тренеры-преподаватели, даже имеющие существенный педагогический стаж, не всегда могут установить контакт со спортсменом, основанный на взаимном доверии и уважении.

3) Отсутствие условий для индивидуальной работы со спортсменом (мне кажется, это не совсем точная формулировка для текста ниже, переформулируйте) В процессе спортивной подготовки основной задачей ставится наибольшее раскрытие потенциала спортсмена. Такое развитие невозможно, если вместе со спортсменами не развиваются тренеры. Однако спортивная среда довольно закрыта – за годы педагогической практики тренеры наработывают контакты с различными спортивными школами и клубами, и сущность тренерского труда часто сводится к работе на конвейере: организация учебно-тренировочного процесса с помощью идентичных программ, план соревнований и сборов также не меняется с годами. Очевидно, что каждый талантливый спортсмен нуждается в индивидуальном подходе – собственном графике подготовки, реализация которого затруднена как организационными проблемами (отсутствие достаточной материально-технической базы учреждения), так и педагогическими (недостаточность тренерской квалификации, отсутствие заинтересованности тренеров в саморазвитии).

Таким образом, тренерский труд, являющийся необходимым элементом в системе подготовки спортсменов высокого класса, на сегодняшний день в России сталкивается с целым рядом проблем организационно-технической и этико-психологической природы. Это, в свою очередь, говорит о многоаспектности тренерского труда и необходимости разработки комплексной системы совершенствования его организации.

УДК334.02

Буйденков Александр Александрович,
старший преподаватель, A.buidenkov80@mail.ru

Белорусская государственная сельскохозяйственная академия, Республика Беларусь, г. Горки

ПРАКТИКИ ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация: Рассматриваются особенности формирования корпоративной культуры на предприятиях в постсоветский период, сравниваются теоретические определения корпоративной культуры и представления менеджеров о ней

Ключевые слова: Организационная и корпоративная культура

THE PRACTICE OF CREATING A CORPORATE CULTURE OF RUSSIAN ENTERPRISES

Abstract: discusses the peculiarities of corporate culture in enterprises in the post-Soviet period, compares the theoretical definition of corporate culture and the managers of her

Keywords: organizational and corporate culture

Наряду с налаживанием новых экономических механизмов функционирования большинство предприятий переживает сегодня период вторичной внутренней интеграции, формирования новых правил и стандартов поведения, новых координационных процессов и процедур. Того, что в современной теории менеджмента принято относить к корпоративной культуре. Встает вопрос, является ли сегодня корпоративная культура еще одной формой адаптации предприятий к новым условиям? Способствует ли она в своем современном состоянии развитию и достижению новых бизнес целей? Претерпела ли корпоративная культура современных предприятий принципиальное реформирование по сравнению с традиционной культурой советских предприятий?

В начале 1990-х гг. к характерным чертам позднесоветской управленческой культуры исследователи отнесли:

- преобладание «запретительной» направленности норм и правил;
- четкое описание функций работников, формализованные отношения;
- стремление к созданию условий для сотрудничества между работниками на всех уровнях в производстве и управлении;
- преимущественно иерархическая структура управления;
- распространенность демонстрации власти, подчеркивания властных функций на каждом уровне управленческой иерархии;
- ориентация на наказание за ошибки, жесткий контроль за выполнением должностных обязанностей и инструкций;
- поощрение универсализма, совмещения профессий и обязанностей;
- централизация и персонализация принятия решений и ответственности;
- актуализация, в первую очередь, стратегических задач развития организации, акцент на долгосрочном планировании. [1,16]

Современные исследования культуры российских предприятий на основе методики Г. Хофштеда отмечают переход предприятий от коллективистского полюса к индивидуалистскому, повышение индекса мужественности, снижение относительно высокого уровня избегания неопределенности, уменьшение показателя дистанции власти и уровня патернализма. [2, 23].

На данный момент в области изучения культуры организаций и предприятий сформировалось два подхода к пониманию предмета.

Первая группа концепций считает, что культура – один из атрибутов предприятия, предполагающий возможность формирования и управления. [3, 52].

Вторая группа концепций под организационной культурой понимает саму суть организации, ее реальность, совокупность правил, ценностей, смыслов, которые рождены самой трудовой практикой. В этом случае культура –

естественное развитие природы отношений в рамках конкретной группы людей по поводу конкретной деятельности. Данный подход отрицает требование целостности и единства явления. Этот взгляд на культуру предприятия базируется на идеях культурной антропологии и феноменологии.

На данном этапе на большинстве предприятий процесс формирования корпоративной культуры не артикулирован и не формализован, корпоративность создается ежедневными практиками управления и символическими обозначениями происходящего. Отчасти потому, что корпоративная культура – это лексика современного рыночного менеджмента, а большинство предприятий управляются «старыми» кадрами.

С другой стороны, культура, воспроизводящая традиционные принципы управления трудовым коллективом, не нуждается в осознании и озвучивании. Инструментальное отношение к корпоративной культуре еще не носит распространенного характера. Тем не менее, менеджмент предпринимает сознательно и неосознанно определенные шаги по выстраиванию нового социального порядка на своих предприятиях, соответствующего представлениям лидеров о правильной постановке дела.

Поэтому наиболее продуктивно рассмотрение корпоративной культуры с точки зрения властных процессов на предприятиях. А именно анализ культуры предприятий как отношения между властью и конкретными управленческими действиями по утверждению самой власти и нужного ей порядка.

Формирование новых координационных процессов и процедур происходит после появления определенности со статусом собственников, т.е. на тех предприятиях, которые пережили процесс передела собственности. На наш взгляд, с точки зрения изменения культуры можно выделить две критические ситуации (и группы предприятий, их демонстрирующие):

- вхождение предприятия в холдинг без принципиальной смены управленческой команды: попытки управляющей компании извне навязать новые принципы управления;

- приход новой команды управленцев, вследствие перераспределения собственности (появление внешнего собственника, вхождение в холдинг): попытки новой команды изнутри навязать новую культуру управления.

Фактором, определяющим артикуляцию проблемы культуры и привнесение рыночной идеологии, является полная или частичная смена высшего звена управления. Именно эта ситуация демонстрирует если не формирование новой культуры, то отход от традиционной культуры советских предприятий. Перелом традиционных культурных практик можно наблюдать на тех предприятиях, где новый наемный менеджмент попытался либо внедрить радикально новые культурные элементы, либо устранить элементы традиционной корпоративной культуры.

Как менеджеры понимают корпоративную культуру?

Среди менеджмента наиболее распространено представление о корпоративной культуре как о системе отношений и правил поведения. Результатом функционирования культуры рассматривается принятие образцов

желательного для высшего менеджмента поведения, что, в свою очередь, позволило бы сократить количество организационных правил и интенсивность мониторинга деятельности работников, что, по сути, есть неосознанное стремление к снижению издержек управления

Функциональная нагрузка корпоративной культуры декларируется в возможности использования ее в качестве механизма регуляции и влияния на качество производства и эффективность работы.

Вторая точка зрения на корпоративную культуру, заключается в распространении среди работников чувства принадлежности к предприятию, которое должно стать некоей общиной (домом, семьей, командой) с едиными ценностями, где нет места конфликту между противоположными интересами. В этом контексте просматривается два вектора:

- культура как патриотизм и сопричастность, гордость за предприятие и продукцию, привязанность к предприятию;
- культура как единое корпоративное мышление на основе единства целей и ценностей.

Если первое представление о культуре созвучно сущности советской традиционной культуры, то второй подход в большей степени рыночно ориентирован, поскольку основаниями для подобного когнитивного единения называется не только коллектив как ценность сама по себе, но и общие экономические цели – прибыль, качество работы, клиенты, рынок.

Третья группа мнений подчеркивает, что корпоративная культура, прежде всего, должна способствовать позитивной идентификации работников с целями компании.

В целом, корпоративной культуре приписываются, прежде всего, нормативные функции. Культура рассматривается как средство снижения формального контроля за счет развития социального контроля, а ее формирование оценивается как политика целенаправленного воспитания коллектива. Жесткость и направления методов воспитания отличаются в зависимости от общего стиля руководства предприятием, преобладания экономических или административных рычагов управления, т.е. от уровня «капиталистичности» предприятия.

Классическое представление о корпоративной культуре состоит в том, что это менеджерский инструмент улучшения экономических показателей и социализации членов организации к управленческим ценностям. Промышленные предприятия в большинстве случаев придерживаются и развивают второе целевое направление.

Если культура советских предприятий формировалась вокруг выполнения плана, то сегодня цели корпоративности меняются. В качестве новых «рыночных» целей называются прибыль, клиент, качество. Но привязка корпоративной культуры к результатам деятельности предприятия достаточно слабая, зависимость экономического эффекта от характеристик культуры если и артикулируется, то только как декларация, подтверждения этому на уровне конкретных управленческих практик мало.

Новая культура предприятий формируется в «не» результатов деятельности. Основная задача, которая сегодня решается с развитием корпоративной культуры – это по-прежнему создание и сохранение целостности и стабильности предприятия в целом и коллектива в частности. Сегодня существует дефицит квалифицированных, опытных и лояльных кадровых рабочих. Поэтому развитие кадров, сохранение квалифицированного коллектива, вложение в персонал и установка на стабильность – характерные черты предприятий, даже ориентированных на новую идеологию. Еще одной, независимой от результата, целью формирования культуры, является установка на команду, семью, что реализуется практически на всех предприятиях. Формирование команды и развитие командного духа рассматривается обязательным условием успешности и эффективности.

Библиографический список

1. Шкаратан О., Карачаровский В. Русская трудовая и управленческая культура: Опыт исследования в контексте перспектив экономического развития. // Мир России, 2002, №1, С. 3 – 56.
2. Кочетков В. Социокультурные факторы формирования русских организационных культур. <http://www.socio.ru/public/kochetkov>
3. Щербина С. Организационная культура в западной традиции: природа, логика формирования и функции. // Социологические исследования, 1996, №7, С. 47 – 55.

УДК 316.733

Вассерман Юрий Михайлович,

кандидат экономических наук, доцент, yuriyvasserman@gmail.com

Пермский национальный исследовательский политехнический университет, г.Пермь

ИЗМЕРЕНИЕ УРОВНЯ МОДЕРНИЗАЦИИ КУЛЬТУРЫ РАЗЛИЧНЫХ ПОКОЛЕНИЙ СТУДЕНТОВ

Аннотация: Работа базируется на материалах конкретных социологических исследований проводимых среди студентов горда Пермь с начала девяностых годов. На основе авторской методики определяются различия уровня модернизации культуры студентов различных поколений.

Ключевые слова: модернизация культуры, культура студентов, поколение, межпоколенная динамика культуры.

Vasserman Yriy M.

CULTURE MODERNIZATION LEVEL MEASUREMENT OF DIFFERENT STUDENT GENERATIONS

Abstract: Paper is based on social survey which has been carrying out among Perm students since early nineties years. Culture modernization level differences between different generations are clarified by author's technique.

Keywords: culture modernization, student culture, intergeneration, culture dynamics.

Под культурой мы будем понимать (вслед за Л.Уайтом [1], П.Бохананом [2], Э.Маркаряном [3, с. 51], З. Файнбургом [4, с. 28-34] и др.) систему внебиологически транслируемых регуляторов человеческого поведения. То есть культура здесь понимается как система биологически не наследуемых регуляторов человеческого поведения (норм, ценностей, установок и т.п.) в самых разных сферах жизни (семья, труд, политика, обмен и т.п.). Изменение